



Case:  
The Museum of  
World Culture,  
Sweden  
Anna Mighetto

Three mannequins are displayed against a black background, each wearing a dress made of condoms. The dress on the left is dark blue and purple, the middle one is red, and the right one is black. The text 'Opened Dec 2004' is overlaid in white.

Opened Dec 2004

Condom -dresses, "No Name Fever – AIDS in the age of globalization"

FÖRNEKELSE  
DENIAL



"No Name Fever – AIDS in the age of globalization"

*VOICES OF  
POWER AND  
SURVIVAL*

A place for dialog





A long, light-colored wooden table with a natural wood grain, extending into the distance. The table is set in a modern interior space with large glass windows in the background, reflecting the sky and trees. The lighting is warm and directional, creating strong shadows and highlights on the wood. The text "Meeting place" and "Admission free" is overlaid in white on the table.

Meeting place  
Admission free





New building



290 000 visits



Strategy: from the outside

Base: front -end visitors

- Build your brand
- Get to know your target group
- Identity, position, competitors
- Tone of voice



No free zones

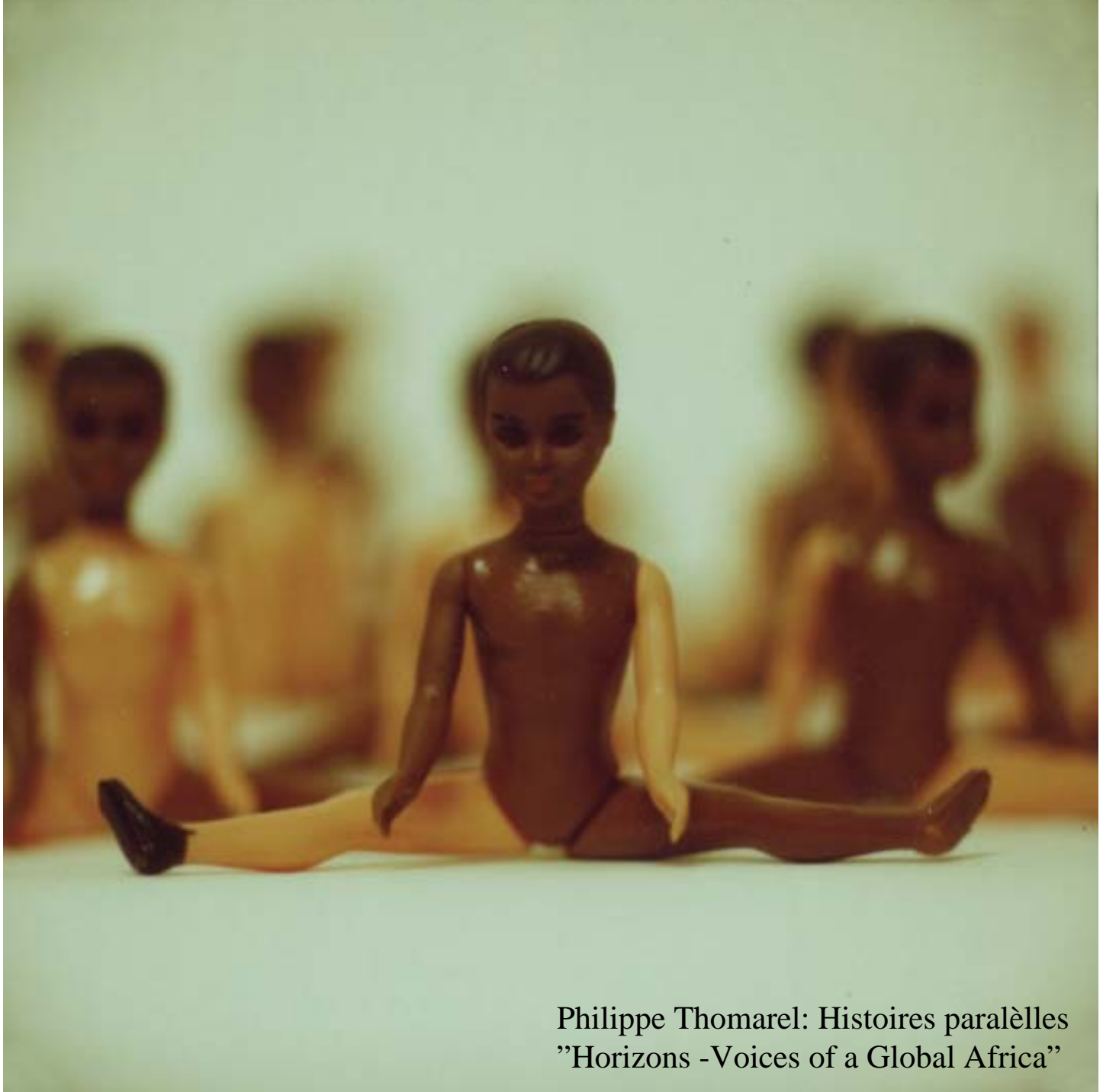
Inevitable :

Strategic building of the br

Avoid the default-position



Do Ho-Suh, Screen



Philippe Thomarel: Histoires parallèles  
"Horizons -Voices of a Global Africa"



A photograph of several dolls, including a Barbie, arranged in a circle. The text "Focus on the customer" is overlaid in the center. The dolls are out of focus, and the background is a plain, light-colored wall.

Focus on the customer



Front-end studies

## Before opening:

- Omnibus
- Exhibition themes, angles and content
- Voice and approach of planned marketing activities

## Continuously after opening:

- Follow-up visitor surveys



Who would want to visit

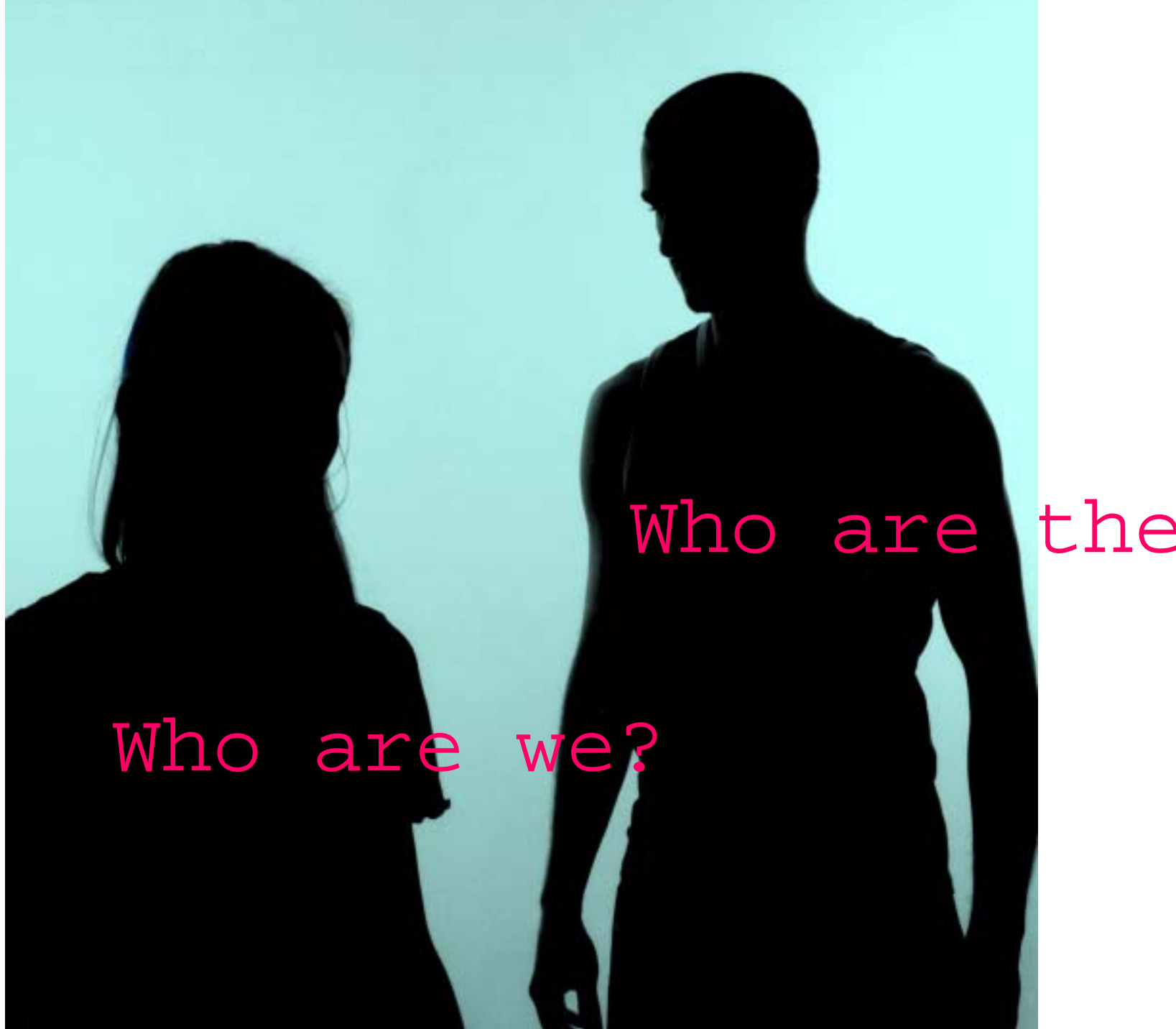
Why?

Who do we want to

invite?

# Segmentation

<p><b>Vitality Seekers</b> Younger Often males Independent Adventurous Energetic</p>	<p><b>Sociability Seekers</b> Younger to middle aged Often women Social Open</p>
<p><b>Capability Seekers</b> Mostly young males Seeking capability Definite Sensational Agressive attitude</p>	<p><b>Tranquility Seekers</b> Mostly elder women Quiet Reserved</p>



Who are we?

Who are the



# Brand essence:

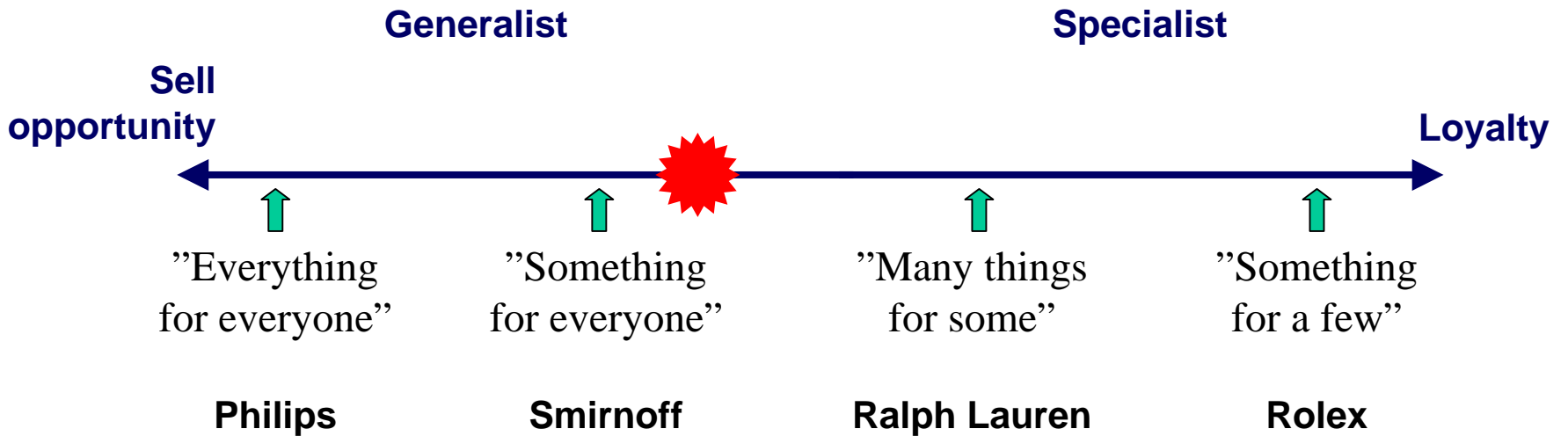
Trustworthy, dynamic, sub

# Offers:

Meeting place for people's ideas, thoughts, experiences and l

- Combination of exhibitions and events
- Modern, contemporary
- An international ambiance rather than local

# Positioning



# Competitors

Knowledge

Meeting place

Events



New category?

# Tone of voice

- Important, relevant  
NOT prestigious or  
priggish
- Available, accesible
- Enriching, make them  
smarter
- Stimulating, enlarge  
mental world

# HOW BIG IS YOUR WORLD?

The Museum of World Culture challenges your mind with stage artistry, music, film, food, drink and exhibitions. The 'HORIZONS' exhibition shows how African culture impacts on the rest of the world, 'NO NAME FEVER' takes up the issue of AIDS in the era of globalisation, and 'SISTER OF DREAMS' puts the spotlight on the people living along the Orinoco River and their relationship with elusive myths and tangible objects. What is more, there is a generous 390 m<sup>2</sup> of floor space devoted to 'SPIRITUALITY' and an installation by artist Fred Wilson.



**FREE ENTRANCE**

OPEN TUE 12-17, WED-FRI 12-21 AND SAT-SUN 12-17  
SÖDRA VÄGEN 54 GÖTEBORG WWW.WORLDCULTURE.SE

**MUSEUM OF WORLD CULTURE**

Your friends asks you out on a Friday night - to the museum. What do you do?

# DINA KOMPISAR FÖRESLÅR EN FREDAGS- KVÄLL PÅ MUSEUM. VAD GÖR DU?



Världskulturmuseet är en ny institution som tar dig till nya världar varje vecka. Vi programerar vår frekvent utmanande utställningar och på dans, musik, scen, konst, berättelser, verktyg, tekniska utmaningar och berättelser. Utställningarna är utvalda av våra besökare. Det finns alltid något att se och göra på museum. Du kan också gå till museet för att se utställningarna. Dessutom kommer det inget att komma in. Ta en vecka till för att se utställningarna på en gång.

VÄRLDKULTURMUSEET

ÖPPETTID KL. 11.00 - 18.00 KL. 12.00 - 18.00 KL. 11.00 - 18.00  
VÄRLDKULTURMUSEET VÄRMLANDS LÄN, 411 33, 411 33

VÄRLDKULTURMUSEET 

Who needs a museum of world culture when there is cable-TV?

# VEM BEHÖVER ETT VÄRLDKULTUR- MUSEUM NÄR DET FINNS KABEL-TV?



Världskulturmuseet är en ny institution som tar dig till nya världar varje vecka. Vi programerar vår frekvent utmanande utställningar och på dans, musik, scen, konst, berättelser, verktyg, tekniska utmaningar och berättelser. Utställningarna är utvalda av våra besökare. Det finns alltid något att se och göra på museum. Du kan också gå till museet för att se utställningarna. Dessutom kommer det inget att komma in. Ta en vecka till för att se utställningarna på en gång.

VÄRLDKULTURMUSEET

ÖPPETTID KL. 11.00 - 18.00 KL. 12.00 - 18.00 KL. 11.00 - 18.00  
VÄRLDKULTURMUSEET VÄRMLANDS LÄN, 411 33, 411 33

VÄRLDKULTURMUSEET 

Thank

[anna.mighetto@worldcult](mailto:anna.mighetto@worldcult)

[www.worldculture.se](http://www.worldculture.se)